

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алена Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Бренд-маркетинг

Модуль: «Проектные практикумы по брендингу»

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	5

Разработано
Доцент кафедры дизайна высшей
школы креативных индустрий,
кандидат политических наук, доцент
Е.А. Побединская

Ставрополь, 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины приобретение теоретических и практических знаний о брендинге и его потребителе

Задачи освоения дисциплины:

- познакомить студентов с современной техникой, используемой в медиаотрасли;
- дать общеориентирующие знания об особенностях и технологических циклах создания брендинга;
- научить будущих рекламистов разрабатывать брендинг;
- научить студентов использовать Интернет в качестве инструмента в работе специалиста по рекламе и СО;
- дать представление о технике и технологии создания брендинга;
- научить студентов основам создания брендинга.

Воспитательные задачи:

- активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Бренд-маркетинг относится к дисциплинам обязательной части.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-7. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-7 Знает современные исследования по планированию рекламной и PR-кампании, по созданию коммуникационного продукта.	Владеет навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта
	ИД-2 ПК-7 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	При создании коммуникационного продукта использует результаты исследований
	ИД-3 ПК-7 Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	Для планирования рекламной или PR-кампании использует результаты исследований
ПК-12. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках	ИД-1 ПК-12 Знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и	Обладает знаниями о стратегиях и тактиках планирования коммуникационных

реализации коммуникационной стратегии	специальных мероприятий	проектов и специальных мероприятий
	ИД-2 ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Умеет планировать мероприятия в рамках реализации коммуникационной стратегии
	ИД-3 ПК-12 Владеет тактиками планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Использует и применяет тактики планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

4. Объем учебной дисциплины (модуля) и формы контроля *

Объем занятий: всего: 4 з.е., 144 академ.ч.	ОФО, в академ. часах
Контактная работа:	36
Лекции/из них практическая подготовка	18
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18
Самостоятельная работа	108
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	-
Зачет с оценкой	5семестр
Курсовая работа	нет

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	очная форма				
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов			Самостоятельная работа, часов	Формы текущего контроля успеваемости
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Основные определения брендинга 1. Понятие бренда 2. Основные различия бренда и	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1,	2	2	- -	12	конспект

	торговой марки	ИД-2, ИД-3)				
--	----------------	-------------	--	--	--	--

	3. Функции бренда по отношению к потребителю 4. Брендинг и его история						
2	Основные модели брендинга 1. Западный (англо-американский) подход к брендингу 2. Восточный (японский) подход к брендингу 3. Характеристика моделей брендинга 4. Брендинг как маркетинговая технология	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	конспект
3	Подготовительная стадия брендинга 1. Психографическое сегментирование потребителей в брендинге 2. Поведенческое сегментирование потребителей в брендинге 3. Позиционирование бренда на рынке	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	конспект
4	Способы корректировки существующего бренда 1. Репозиционирование 2. Рестайлинг 3. Ревиталайзинг 4. Ренейминг 5. Ребрендинг	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	презентация
5	Проективная стадия брендинга 1. Атрибуты бренда. 2. Бренд-нейм как важнейший атрибут бренда. 3. Стратегии выхода компании на международный рынок.	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	конспект
6	Стратегия бренда 1. Основная суть, виды цели 2. Бренд-стратегия и ее ключевые составляющие 3. Этапы разработки бренд-стратегии	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	проект
7	Правовые основы бренда 1. Система охраны товарных марок в Европе 2. Система охраны товарных марок в США 3. Правовые основания охраны бренда 4. Этапы регистрации торгового знака	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	презентация

	незаконное использование товарного знака						
8	Управление лояльностью к бренду 1. Потребительская лояльность; 2. Эволюция маркетинга лояльности; 3. Основные компоненты программы лояльности и процесс ее организации основные классификации программ лояльности (; 4. Антилояльность: понятие, уровни и способы управления ею	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	презентация
9	Продвижение брендов и управление ими в условиях глобализации 1. Использование технологий брендинга в развитых странах; 2. Брендинг в России: основные проблемы и перспективы развития; 3. Частная марка как бренд в современной России	ПК-7 (ИД-1, ИД-2, ИД-3), ПК-12 (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	2	2	- -	12	презентация
	ИТОГО за 5 семестр		18	18		108	
	ИТОГО		18	18		108	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине (модулю) Бренд-маркетинг базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);

- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины (модуля).

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина (модуль) построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически заверченный раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений

курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Годин, А.М. Бренддинг : учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 184 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02629-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>

2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Бренддинг и работа с персоналом : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2018. – 336 с. : ил., портр. – (Авторский учебник). – Библиогр.: с. 333-334 и в подстроч. примеч. – ISBN 978-5-534-05503-0

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Макашев, М.О. Бренд : учебное пособие / М.О. Макашев. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 207 с. - Библиогр.: с. 201-202. - ISBN 5-238-00635-7 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114390>

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, бренддинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044> (дата обращения: 04.10.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-00792-7.

8.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю):

1. Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Бренд-маркетинг». Ставрополь, 2026 г.

2. Методические рекомендации для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Бренд-маркетинг». Ставрополь, 2026 г.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля):

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
5. 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /

6. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
 7. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
 8. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
 9. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
 10. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.
Практические занятия	Ауд. 306, к.20 (Масс-медиа центр). Компьютеры DELL, аудиоколонки, ЖК дисплей президиума, квадрокоптер DJI PHANTOM 4 и комплектующие, фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, комплект студийного света Lumifor AMATO 100 CLASSIC KIT, камкордер SONY и комплектующие, штатив Manfrotto, принтеры, сканеры.

Самостоятельная работа	Ауд. 114, к .20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
------------------------	--

11. Особенности освоения дисциплины (модуля) лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины (модуля) обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины (модуля) обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,
- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных

и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.